

Encourager l'attractivité des marques de façon efficace : Stratégies, procédés & instruments pour un management global de la marque 29 & 30 novembre 2007 à Munich

Le succès du management de la marque repose dans la maîtrise de la liberté d'action restreinte entre la continuité et l'actualisation de la marque. Le positionnement d'une marque est le point de départ à partir duquel on peut définir la marge de manoeuvre de la marque. Eyes & Ears of Europe organise cette réunion de deux jours pour transmettre à l'aide d'exemples axés sur la pratique les principes de base et les conditions pour un management de la marque réussi et pour mettre en évidence les chances et les pièges éventuels ainsi que les succès et les bides possibles.

Une étude de cas présentée par l'agence de consultation GMK Markenberatung démontrera le procès du développement à partir du positionnement de la marque, de la réalisation de la présentation jusqu'au briefing par les agences. Les participants aux ateliers élaboreront le positionnement pour une chaîne de télévision (encore) fictive avec l'assistance d'instruments qui se sont avérés efficaces au cours de plus de 10 années dans le service de la marque.

L'événement s'adresse aux responsables du management des entreprises de marketing, de la promotion, du design et du management des programmes des chaînes et des sociétés de production ainsi qu'aux responsables des agences du secteur médiatique qui s'intéressent pour les stratégies et les techniques du management de la marque. Le nombre des participants est limité à **16 personnes au maximum**.

Rapporteurs

Hans Meier-Kortwig, fondateur et propriétaire de GMK Markenberatung, Frankfurt/Main

Hans Meier-Kortwig (37) s'occupe en premier lieu des stratégies globales de la marque sur le secteur de la consommation et des produits industriels, de l'optimisation du portefeuille et de l'architecture de la marque ainsi que du développement des commandes de contrôle du management de la marque. Il compte parmi ses clients entre autres les firmes BASF, Bauknecht, CMA, Douglas, Deutsche Bahn, Lufthansa Cargo, Mercedes Benz, Merck, Vaillant, Volkswagen, Warsteiner et Whirlpool. Suite à ses études à l'université à Cologne (diplômé de l'école supérieure de commerce) et à la London Business School Hans Meier-Kortwig fut occupé comme consultant (1997 – 1999) chez d...c brand + design consultants à Frankfurt, ensuite (1999 bis 2001) Executive Director Branding Consumer Goods chez design.net AG (actuellement Peter Schmidt Group) à Frankfurt, et de 2001 - 2005 directeur du domaine Brand Management Consulting chez Marketing Partner à Wiesbaden. En 2006, fondation de GMK Markenberatung à Frankfurt et à Munich. Il est également auteur de nombreuses publications sur les thèmes design management et management de la marque.

Ingo Gebhardt, fondateur et propriétaire de GMK Markenberatung, Frankfurt/Main

Ingo Gebhardt (37) s'occupe en premier lieu du développement de programmes internationaux pour la marque. Ce travail inclut le positionnement, le développement, les stratégies, le management de la marque et diversification. Il compte parmi ses clients entre autres les firmes adidas, BMW, BMW Group, Continental, HT Hrvatski Telekom, Loewe, Siemens Mobile Acceleration, T-Mobile, Vaillant, Volkswagen, WINI Büromöbel et Zagrebacka Banka. Suite à ses études (diplômé de design) à l'École Supérieure du Design à Hildesheim et des études complétant le diplôme universitaire du management du design à HBK/TU Braunschweig Ingo Gebhardt fut occupé de 1998 à 1999 en fonction de Head of 2D Design chez CDC Communications Design & Consultancy GmbH à Frankfurt/New York et de 1999 à 2000 comme consultant de d...c brand + design consultants à Frankfurt. Entre 2000 et 2005 il fut Managing Director chez Interbrand Zintzmeyer & Lux à Cologne/Munich. En 2006, fondation de GMK Markenberatung à Frankfurt et à Munich.

Délaï d'inscription : 23 novembre 2007

Avec-vous des questions ? Appelez-nous au : **+49 (221) 60 60 57 10**

Judi, 29 novembre 2007

- 11h00 **Salutation**
Malte Hildebrandt, Directeur du Marketing
ProSieben Television, Munich

Wout Nierhoff,
Gérant membre du comité de direction
Eyes & Ears of Europe, Cologne
- 11h15 **Présentation des participants**
- 11h30 **«Tout est la marque et la marque est le tout » – Principes pour un management efficient de la marque**
- 13h00 Pause de midi
- 14h00 **Étude de cas: Re-positionnement d'une marque I**
Modèle d'une marque comme formule d'orientation centrale
Discussion
- 15h15 Pause
- 15h30 **Étude de cas: Re-positionnement d'une marque II**
Guide de la marque comme commande de contrôle du management de la marque
Discussion
- 16h45 Pause
- 17h00 **Étude de cas: Re-positionnement d'une marque III**
La marque comme témoin : moyens d'application du guide de la marque
Discussion
- 18h00 Résumé
- 18h15 Fin du premier jour

Vendredi, 30 novembre 2007

- 09h00 Réunion
- 09h30 **Développement d'une marque pour une chaîne TV fictive - présentation**
- 10h00 **Session Atelier I – Développement de l'image et du rôle de la marque, modèle de la marque (1^{ière} partie)**
- 11h00 Pause
- 11h15 **Session Atelier I – Développement de l'image et du rôle de la marque, modèle de la marque (2^{ième} partie)**
- 12h45 Pause de midi
- 13h45 **Session Atelier II – Dérivation Défis & Développement des valeurs de la marque, définition du guide de la marque (1^{ière} partie)**
- 15h00 Pause
- 15h15 **Session Atelier II – Dérivation Défis & Développement des valeurs de la marque, Définition du guide de la marque (2^{ième} partie)**
- 16h00 Résumé
- 16h30 Évaluation
- 17h00 Fin de l'événement

Conditions d'inscription

Afin de vous inscrire, veuillez renvoyer s.v.p. le formulaire ci-joint jusqu'au 23 novembre 2007 à :

Eyes & Ears of Europe

Association pour le
design, la promotion et le
marketing des médias audiovisuels
e.V.

Eyes & Ears Academy

Directeur
Wout Nierhoff
Management de projets
Ina Braun
Organisation d'événements
Lisa Gendziorra

Bureau

Téléphone: +49 (221) 606057 10
Télécopie: +49 (221) 606057 11
eMail: academy@eeofe.org
Internet: www.eeofe.org

Droits d'inscription

€ 250,- pour les membres de Eyes & Ears of Europe;
€ 75,- pour les étudiants/stagiaires membres;
€ 1.000,- pour les non-membres; € 150,- pour les étudiants et
les stagiaires qui ne sont pas des membres. Les droits
d'inscription doivent être réglés dans un délai d'une semaine
après la réception de la confirmation par écrit. Veuillez
transférer par virement à notre compte.

Les frais de logement et de restauration ne sont pas couverts par les droits
d'inscription.

Eyes & Ears of Europe e.V.

Sparkasse KölnBonn
Code de banque : 370 501 98
No. de compte : 101 308 2688

En cas d'annulation

Dans le cas que vous désirez annuler votre participation à l'événement après l'inscription, nous nous réservons le droit de prélever une taxe d'annulation. En cas d'annulation de votre inscription 8 jours avant l'événement, nous sommes contraints de retenir ou bien de vous demander le montant total. Dans tous les cas, vous pouvez toujours nommer un(e) remplaçant(e). Cependant, ce(tte) remplaçant(e) seulement peut bénéficier des réductions s'il/si elle est membre lui/elle-même. **Eyes & Ears of Europe se réserve le droit de changer le programme.**

Accès

En transport public

A l'aéroport de Munich, prenez le
R.E.R. No. 8 en direction à
Munich jusqu'à l'arrêt
'Unterföhring'.

A la gare centrale de Munich
prenez le R.E.R. No. 8 en
direction à l'aéroport jusqu'à
l'arrêt 'Unterföhring'.

En voiture

Prenez l'autoroute A9 jusqu'à
l'échangeur 'München Nord' en
direction à Munich. Prenez la
sortie 'München Frankfurter
Ring/Föhringer Ring'. Continuez
sur 'Föhringer Ring' jusqu'à la
sortie 'Unterföhring'. Aux feus,
tournez à gauche dans 'Münchner
Strasse'. Ensuite, tournez à droite
au 'Gewerbepark Fernsehen'
dans 'Mitterfeldallee' et suivez-la
jusqu'au rond-point. Là, tournez à
gauche dans 'Dieselstraße'
jusqu'à 'Medienallee'.

Lieu

ProSieben Television
Medienallee 7
D-85774 Unterföhring